

# 7月沪上车市迎来两位数增长

7月,沪上车市迎来疫情暴发期后的最大利好,新车产销和二手车交易以及内需与出口,均双向发力,同比都实现难得的两位数增长。

7月,上海完成汽车产量25.57万辆,同比增长38.3%。其中,轿车13.63万辆,增长45.3%;新能源车6.91万辆,增长51.0%。上汽大众、上汽通用和上汽乘用车在沪生产基地月产合计超过20万辆,同比取得

突破50%的高增幅。该月汽车工业总产值与汽车产量同频共振,业绩优异,实现产值668.88亿元,同比增长32.3%,高出全市规模以上工业16.1个百分点。

6、7两月私人小客车额度投放量之高,史无前例,6月高达1.57万张,7月更高,创下1.72万张新纪录,同比大幅提升56.4%,有力助推市场销售扩张。7月沪籍牌照上牌量6.55万辆,同比增长33.4%。

新能源车继续领跑沪上车市。7月国产新能源小客车上绿牌2.87万辆,增长60.0%。其中,轿车1.26万辆,增长62.7%;SUV/1.59万辆,增长65.9%。

出口形势也持续向好,7月电动载人汽车出口值达55.2亿元,增长19.5%。中国自主品牌上汽乘用车MG ZS车型出口1.45万辆,飙升196.3%;上汽通用别克昂科威和雪佛兰科沃兹等出口1.75万辆,增长74.1%;

特斯拉(上海)出口1.98万辆。

沪上二手车市场6月才恢复,7月交易回暖,各车型交易量回升至5.40万辆,增速实现23.0%的两位数增长。大众途观和帕萨特、通用别克GL8和英朗、奥迪A3和宝马5系等中级和中高级轿车,在交易中成为市场畅销车,因而单车交易均价超过10万元,而全国二手车市场上70%的成交,都不足8万元。张伯顺

## 上汽上半年整车销量223.4万辆

上汽集团近日发布的2022半年度报告显示,通过积极推动产业链供应链复工复产,持续加快产销恢复步伐,上汽实现整车批发销量223.4万辆,

接近去年同期水平并跑赢大盘3.9个百分点。今年上半年,公司实现合并营业总收入3159.9亿元,归属于上市公司股东的净利润69.1亿元;特别是在疫

情冲击最严重的第二季度,公司克服重重困难,依然保持盈利,展现出顽强的经营发展韧性。

下半年,上汽集团将努力

保持“月销量环比连增”的良好势头,多措并举激活消费潜力,不断提升管理的精益化程度和应对风险的能力,持续提升面向电动和智能网联新赛道的核心竞争力,尽最大努力把疫情造成的损失补回来,全力完成年度各项经营目标。宝龙



东风汽车日前在武汉正式发布猛士品牌及专属“M”标识体系,并全球首发猛士智能越野架构M TECH,猛士M-Terrain、M-Terrain S两款概念车也在发布会上亮相。新品牌定位豪华电动越野,2023年开始陆续上市。

M TECH架构是国内首个豪华电动越野综合技术解决方案,在平台、动力、越野三大领域打造行业领先的硬核技术集群,包括猛士滑板越野平台MORA、猛士动力MEGA POWER、猛士越野全地形智能解决方案M ATS等。其中,猛士动力MEGA POWER采用前后四电机驱动,是中国率先超过1000匹马力的动力平台。姚琼

「蔚小理」为何被抢蛋糕  
最近以来,造车新势力三巨头“蔚小理”增长缓慢,交付量开始落后哪吒、零跑等二线新势力。通过数据至少可以得出两个结论:一是无论同比增速还是环比增速,“蔚小理”高速增长态势似乎面临终结;二是以哪吒、零跑为代表的造车新势力第二梯队越战越强,赶超第一梯队的野心逐渐显现。这种变量背后,原因何在?

“蔚小理”之所以能够站在造车新势力的第一梯队,那是因为三家品牌成立的时间都挺早,并且销量和市场影响力都首屈一指。随着销量逐渐上涨,理所应当成为造车新势力的代表。

年产销规模突破10万台,被喻为是造车新势力的“生死线”,一旦跨过“生死线”,竞争也将全面升级,产品溢价、盈利能力、品牌向上等将成为新的竞争维度。上半年伴随着疫情反复对于供应链的冲击,“蔚小理”的增速开始放缓,遭遇瓶颈。而哪吒汽车和零跑汽车的销量赶超“蔚小理”的背后,与其品牌定位和价格区间有着密不可分的关系。

当前,哪吒汽车在售车型中,价格区间分别处于10万元以下及10-16万元,而零跑汽车10万元以下价格区间的车型占总销量的90%。相比之下,蔚来的平均售价超过40万元,小鹏汽车的价格区间为15万-40万元,而理想汽车的价格区间则是30-50万元。显而易见的是,哪吒汽车和零跑汽车的品牌定位偏向中低端,其凭借高性价比车型换回了销量的增长。数据显示,20万元以内的汽车销量,能够占到汽车总销量的80%以上。随着新能源汽车需求的不断增加,这一块蛋糕也会越来越大。

当下中国新能源汽车市场正处在爆发阶段,对于任何一个造车新势力厂商而言,局限在一个细分市场都不是长远发展之计,借助行业风口,快速完善品牌布局或许才能抢占足够的市场先机。可以预见的是,随着第一梯队和第二梯队互相攻入对方腹地,一场更为残酷的竞争即将拉开帷幕。李永钧

# 豪华之上创领先锋 奔驰全新EQE重磅登场

万众期待下,梅赛德斯-奔驰中大型豪华纯电轿车全新EQE于8月24日正式上市。作为梅赛德斯-EQ品牌首款基于EVA纯电平台正向研发的国产车型,全新EQE售价52.8万元起,它以先锋者之姿,塑造越级的豪华体验,唤醒每寸感知,成就梅赛德斯-奔驰“全面电动”道路上的全新里程碑。

## 先锋美学

全新EQE秉承先锋豪华的设计理念,打造出兼具动力学表现与设计美感的流线外形,弓形车身、驾驶舱前置布局及无缝车身设计尽显优雅,前脸“暗夜星阵”封闭式格栅与照明效果达260万像素的智能数字大灯交相辉映,3D贯穿式螺旋尾灯延续了惊艳的照明效果,20英寸AMG空气动力学轮毂彰显动感气质。全新EQE的车身长度为4969毫米,轴距为3120毫米,风阻系数仅为0.22,空气动力学表现优异。

全新EQE座舱智能豪华,先锋科技共济,充分调动多维感官体验。数字化座舱设计理念营造出如梦似幻的豪华氛围,源自S级轿车的12.3英寸仪表盘与12.8英寸中控屏,拥有高达210ppi分辨率,画质细腻精美;率先配备的主动式环境氛围灯,灯带颜色伴随车速变化呈现



动态流动效果,流光溢彩间强化驾驶氛围。除视觉之外,感官细节同样拉满:带电动遮阳帘的全景天窗为驾乘者守护车内清凉;配备15个扬声器的柏林之声环绕立体音响系统,让2种个性化模拟声浪“声”入人心;包覆于座椅之上的Nappa皮革与巴黎钉纹实体按键,让豪华质感触手可及。

## 智慧进阶

乘迎数字化浪潮,全新EQE搭载了诸多以人为本的科技配置。在满足中国市场和客户需求方面,全新EQE有着更卓越的智能与舒适性表现。

全新EQE配备“零层级界面”,

将核心功能始终置于桌面顶端,升级后的“读心感应助理”能够根据用户的使用习惯智能推送,可实现国内领先的全场景化功能推荐。全新EQE还支持无线CarPlay投屏功能,无缝全屏投射手机界面,令交互方式更加多元便捷。全新EQE搭载高德定制导航,并将EQ优化导航、AR实景穿越导航等车机功能与导航系统深度融合,可精准分辨停车楼层,于科技之上展现品牌温度。

全新EQE提供针对中国客户进行优化的后排座椅,以及中国标配的前排双侧隔音玻璃和整车声学包,还在“畅新空气护盾”中配备过滤效果高达99.75%的HEPA



高效过滤系统,奉上始终静谧清新的座舱空间。针对中国客户本土化需求,全新EQE提供多达10项本土专属升级配置,包括后排绅士功能、后排中央扶手、后排天窗遮阳帘按键、舒适型后排头枕等,令每一位驾乘者尊享专属豪华出行体验。

## 驾驭随心

先期上市的全新EQE 350车型采用后驱永磁同步电机,最大功率215千瓦,0-100公里/小时加速6.7秒,最高续航里程达752公里配合精确表显,享受澎湃、安心的驾驶体验。

与此同时,全新EQE搭载四连杆前悬挂及多连杆后悬挂,四轮独

立悬挂辅以出众调校,塑造奔驰品质的底盘质感。而新车标配的后轮主动转向系统,能让转弯直径低至10.7米。全新EQE配备达到L2级的驾驶辅助系统。智能领航限距功能在多数场景下实现智能巡航并自动跟车,尽显豪华电动车细致入微的贴心。

全新EQE是梅赛德斯-奔驰更新全新战略愿景发布后,第一款开启电动化的“核心豪华”车型,它不仅开拓了一个全新的中大型豪华电动细分市场,同时也是奔驰电动豪华的中坚力量,更是奔驰践行“在华发展,与华共进”的最新例证,相信定会在市场中收获掷地有声的反响。王京

